PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **EMPRENDEDOR EN TRANSFORMACION DE PLATANO**

Código del Programa de Formación: **96151525**

- **NOMBRE DEL PROYECTO**: **UNIDAD PRODUCTIVA DE TRANSFORMACION DE PLATANO ARTESANAL DEL NORTE DEL VALLE**
- **FASE DEL PROYECTO:PRODUCCIÓN**

ACTIVIDAD DE PROYECTO:
REALIZAR ANALISIS DOFA Y ELABORAR PRODUCTOS A BASE DE PLÁTANO COMO MATERIA PRIMA FUNDAMENTAL PARA LA UNIDAD PRODUCTIVA

COMPETENCIA
PROGRAMAR PROYECTOS SEGÚN ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y MÉTODOS DE PLANEACIÓN.

EJECUTAR PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS SEGÚN
PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZAR:

28030120005 RECONOCER LAS DEBILIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO Y OPCIONES DE MEJORA
PARA LA SOSTENIBILIDAD DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

29080102202 ELABORAR PRODUCTOS A BASE DE PLÁTANO SEGÚN PARÁMETROS TÉCNICOS Y NORMATIVA
VIGENTE

29080102201 ALISTAR LAS MATERIAS PRIMAS, INSUMOS Y EQUIPOS PARA LA ELABORACIÓN DE DERIVADOS DE
PLÁTANO DE ACUERDO AL PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

- Duración de la Guía: 100 Horas

EMPRENDEDOR EN TRANSFORMACION DE PLATANO

Querido aprendiz esta es la fase 3 de nuestro proyecto formativo y nuestra guía N° 3, teniendo en cuenta las caracteristicas del programa de formación implemantaremos nuestro proyecto de transformación con materia prima de plátano es hora de dar innovación a los productos elaborados y fortalecer los aprendizajes previos en el proceso industrial, recuerda aplicar los conocimientos de las dos guias anteriores y fortalecer los procesos agroindustriales de la produccion de plátano en la región

2.PRESENTACION

2.l La transformación de alimentos

Los alimentos han sido elaborados y transformados desde que la gente empezó a vivir en comunidades hace miles de años. La mayor parte de éstos necesitan de alguna forma de preparación y elaboración para que sean más exquisitos al paladar. Algunos alimentos, tales como cereales, verduras, carnes y pescado no son comestibles sin procesar; inclusive, algunos, como la yuca o mandioca, pueden ser peligrosos si se comen sin haber sido elaborados. También las nueces comestibles, la leche y las frutas que normalmente se consumen crudas pueden ser transformadas en una gran variedad de productos. Con el pasar de las generaciones se han ido desarrollando diferentes formas de elaboración de alimentos, hasta llegar a la gran variedad con que contamos en la actualidad. En cada región, país e incluso en pequeños poblados, existen distintos productos típicos elaborados que se han adaptado al clima local y a las condiciones socioeconómicas (por ejemplo, las 2 000 variedades diferentes de queso que existen en el mundo, cada una con su propio sabor y consistencia).

Respecto a los procesos de transformación, existe una constante necesidad de información y asesoramiento sobre las tendencias,procesos y equipos tecnológicos, las necesidades de mercado y los contactos comerciales para que las empresas tengan capacidad competitiva dentro de la economía que hoy en día es global. Es este el motivo por el cual querido aprendiz usted debe fortalecer sus conocimientos aplicando los procesos desarrollados en la presente guía.

Usted adelantara en esta guía los procesos agroindustriales del plátano a través de diagramas de proceso y descripciones de las operaciones. También, se justifica la utilización de algunos aditivos alimentarios como conservantes en la trasformación de productos a base de plátano.

Bienvenidos…

2.2 Cacarteristicas de valor agregado

Uno de los principales objetivos de agregar valor en la agroindustria, es hacer transformaciones en la producción primaria agropecuaria y forestal, que permitan tener ganancias equitativas en los eslabones de la cadena productiva y además disminuir o evitar el efecto de factores como la volatilidad en precios, volúmenes de producción o consolidación de carga, tendencias y cultura del consumidor, riesgos en la salud pública y barreras fitosanitarias y arancelarias.(Zapata y Marin 2015).

2.3 Procesos agroindustriales del plátano

La agroindustria es un proceso que integra varios eslabones como la producción primaria, la trasformación de materias primas y la comercialización de productos. Con la agroindustria se buscan procesos más eficientes y una estrecha relación entre productores, empresas y academia, todo con la finalidad de ser más competitivos en los mercados globalizados.

La agroindustria del plátano en la zona cafetera central es reciente, actualmente existen unas 20 empresas pequeñas y medianas que procesan y trasforman plátano en fruto pelado, patacón prefrito y congelado, tajadas maduras refrigeradas, frituras y harinas. Muchas de estas organizaciones tienen niveles de tecnología, pero se encuentran limitadas por la escasa disponibilidad de materia prima de la variedad requerida.

Para asegurar el éxito de una agroindustria de plátano se deben tener en cuenta varias consideraciones:

- ✓ Debe existir un suministro suficiente y constante de frutos frescos a bajos precios durante el año para mantener las fábricas activas.
- ✓ El producto procesado debe tener una alternativa viable de mercado.
- ✓ El producto debe recibir un valor agregado en relación con los frutos frescos, ya que la inversión de fábrica y los costos de producción deben ser rentables.
- ✓ Se pueden obtener muchos productos procesados a partir de la planta de plátano por medio del procesamiento de enlatados, secado, congelación, mezclado, extracción o fermentación.

2.4 Criterios de calidad para la trasformación del plátano

1. Los plátanos deben estar enteros y sanos.

2. Se deben excluir todos los productos que se estén deteriorando o aquellos afectados por la podredumbre.

3. Deben estar limpios, libres de toda suciedad, contaminación y daños causados por las plagas.

4. Estar exentos de magulladuras, olores o sabores extraños.

5. El plátano debe ser de buena calidad, el pedúnculo no debe estar desecado o dañado por hongos.

6. Los productos deben estar exentos de malformaciones o curvas anormales en los dedos.

7. Libres de deterioros causados por bajas temperaturas.

8. Para evitar cualquier tipo de contaminación de la materia prima, las condiciones de transporte deben ser higiénicas.

2.5 Contenidos nutricionales

Según Simmonds (1973), la pulpa del Plátano contiene B-caroteno (vitamina A) 2,4 ppm y Piridoxina (vitamina B6) 3,2 ppm. Velásquez (2003) informa que la pulpa contiene B-caroteno (vitamina A) 1.75 ppm y Ácido ascórbico vitamina C 200 ppm; además, se reporta que, por cada 100 gramos de porción comestible, contenidos de Magnesio 36,4 mg; Potasio 350 mg; Provitamina A 18 mcg; Vitamina C 11,5 mg; Ácido fólico 20 mcg.

2.6 Análisis fisicoquímico

Involucra la clasificación de alimentos desde el punto de vista físico y químico. Cuando se habla del aspecto físico se analizan parámetros como la densidad, la viscosidad, la granulometría, entre otros, desde el químico se examinan en qué cantidades y cuáles sustancias están presentes en el alimento, tales como proteínas, grasas, vitaminas, minerales, hidratos de carbono, contaminantes metálicos, residuos de plaguicidas, toxinas, antioxidantes, agua, entre otras.

El análisis físico-químico permite un buen alimento por medio de técnicas, estas ayudan a determinar las características nutricionales y el punto de vista toxicológico; también permite asegurar que un compuesto alimenticio es apto para el consumo y que cumple con las características y composición que se espera de éste. En el caso del plátano se realizan pruebas de acidez, pH y de sólidos solubles, en la acidez titulable se establecen los niveles mínimos de ácidos que debe tener cada plátano, expresados en % masa/masa de ácido cítrico anhídrido. Con esta medida se puede deducir el grado de madurez de la fruta, asimismo, se exige un nivel mínimo de sólidos disueltos o solubles determinados por la lectura refractométrica a 20 ºC Brix, cuyo valor también permite saber el grado de madurez de la fruta.

2.7 GENERALIDADES DEL PRECIO

Aprendiz desde la comodidad de tu hogar vamos a revisar ***QUÉ ES EL PRECIO*** como variable de la **MEZCLA DE MERCADEO** para los **PRODUCTOS y SERVICIOS DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS**. El Precio es la cantidad de dinero que el cliente estaría dispuesto a pagar (en nuestra Moneda Nacional "El Peso $") a un Productor / Fabricante / comercializador para adquirir un bien: producto o servicio ofrecido en venta para la satisfacción de una necesidad

COMPRA DE ESCRITORIO	
	
Precio $350.000	Precio $200.000
Se entrega armado y listo para disfrutar	Se entrega en caja, sin armar, en caja despiezado
Entregado a domicilio	No hay domicilio
Financiación para pagarlo en cuotas de 1 año	No tiene crédito – Pago de contado

2.7.1 PROCESO EN LA FIJACIÓN DEL PRECIO:

Aprendiz para la fijación del **PRECIO DE LOS PRODUCTOS y SERVICIOS** de la **UNIDAD PRODUCTIVA** vamos a tener en cuenta 3 parámetros básicos:

1. Selección del objetivo en la fijación del precio
2. Selección del método en la fijación del precio
3. Selección de la estrategia de precio



2.7.1.1 PARÁMETRO 1 - OBJETIVOS DE LA FIJACIÓN DE PRECIOS

En este caso se define la meta que se quiere lograr para la venta de los productos; *o buscando hacer muchas ventas, o buscando altas utilidades.*

- METAS ORIENTADAS A LAS VENTAS: Incrementar un volumen de ventas buscando lograr un rápido crecimiento en Ingresos / Promociones de Descuentos / Perdidas a corto plazo
- MÉTODO MANTENER O AUMENTAR LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO: Se busca gestionar la participación del mercado con la eficiencia en costos de producción / gestionando una apariencia dominadora con los consumidores

- METAS ORIENTADAS A LAS UTILIDADES: busca maximizar utilidades / Obtener tanto dinero como sea posible en el corto plazo /

2.7.1.2 PARÁMETRO 2 - MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIO

Ahora vamos a definir la forma o metodología de definición de los precios de los productos, con relación a estos dos métodos:

- MÉTODO 1 - COSTO TOTAL UNITARIO MÁS GANANCIA UNITARIA: poner el precio de una unidad de un producto es igual a sumar todos los costos totales unitarios más la ganancia deseada de la unidad de producto. Ejemplo: construcción y venta de 10 condominios

En este ejemplo vamos a sumar todos los costos de fabricar 10 apartamentos en lo relacionado a los materiales – mano de obra – costos / gastos generales de fabricación y luego aumentamos el 10% para la venta y dividimos por 10 apartamentos para conocer el precio de un solo apartamento

Costos de M.O y materiales (CV)	750'000
costos operativos (CF)	150'000
costos totales (CT)	900'000
ganancia deseada 10% del CT	90'000
Ventas totales	990'000
Precio por condominio	99'000

- MÉTODO 2 - PRECIO FIJADO SOLO EN RELACIÓN CON EL PRECIO DEL MERCADO: El Aprendiz revisa la banda de precios donde se identifica las competencias con las cuales se va a enfrentar con referencia al segmento de mercado definido / admite el margen de ganancia del mercado y los intermediarios.
  ASIGNACIÓN DE PRECIO POR ENCIMA DE LA COMPETENCIA**:** Ubica el precio del producto por encima con productos diferenciados / productos con innovación y valores diferenciados / Busca consolidar una marca / Ejemplos: Productos de marcas a destacar.

2.7.1.3 PARÁMETRO 3 - ESTRATEGIAS DE LOS PRECIOS

ESTRATEGIA 1 - DE ENTRADA AL MERCADO DE NUEVOS PRODUCTOS: DESCREMADO DEL MERCADO - Productos con precios altos con características muy diferenciadas / Productos protegidos / Ejemplos: Productos de Tecnología nueva.
ESTRATEGIA 2 - PENETRACIÓN DEL MERCADO: Ponerle al producto precios bajos buscando muchas ventas / Productos indiferenciados / se buscan economías de escala con los proveedores / ejemplo: lanzamiento de nuevos productos
ESTRATEGIA 3 - PRECIOS PSICOLÓGICOS: 1 - PRECIOS PROMOCIONALES - descuentos y rebajas a intermediarios / Precios temporales a los productos / Incrementa la demanda. 2 - DESCUENTO POR CANTIDAD - no acumulativo: Basado en el tamaño de un pedido individual de uno o más productos y Acumulativos: Basado en el volumen total comprado al cabo de un periodo especifico.
ESTRATEGIA 4 - DESCUENTOS COMERCIALES: reducciones de precio dadas al intermediario por realizar funciones de marketing - impulso / Ejemplo: Un precio de $100.000 con descuentos comerciales de 40% (por compra al por mayor) y 10% (por el impulso en góndola)

No acumulativo

Pedido	% dto.
1-5	0
6-12	2
13-25	3.5
Mas de 25	5

Acumulativos

Compra de $1'000'000 en dos meses Tiene un descuento del 4% es decir $40'000 menos

ESTRATEGIA 5 - DESCUENTOS POR PRONTO PAGO: **r**educción de precio por pagar dentro de un plazo especifico / el descuento puede ser por el periodo de pago durante que puede tomar el descuento 5/10 (descuento del 5% por cago dentro de 10 días, n/30 (descuento del n% por pago a los 30 días)

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

En todos los pueblos del mundo las familias heredan o desarrollan habilidades especiales y se vuelven, por ejemplo, el panadero del pueblo, el cervecero o el que prepara el pescado ahumado. Los productos tradicionales tienen una demanda local alta y generalmente son apreciados por personas de otras áreas, estableciendo de esta forma el desarrollo del comercio local La elaboración de los alimentos beneficia a las comunidades porque:

• incrementa la variedad de alimentos en la dieta

• crea alimentos especiales que refuerzan las identidades cultural y religiosa

• crea oportunidades de venta y genera ingresos.

Sin embargo, elaborar es mucho más que cambiar la calidad comestible alimentos crudos. Todos los alimentos son materiales biológicos que empiezan a deteriorarse tan pronto como son cosechados o descuartizados. La elaboración retarda o interrumpe este proceso y permite su conservación por períodos de tiempo prolongados. Esto beneficia a las comunidades de varias formas:

• permite el almacenamiento de reservas para los períodos de escasez, fortaleciendo su seguridad alimentaria (poniendo a disposición alimentos en cantidades suficientes y ricos de nutrientes esenciales durante todo el año)

• consiente la venta de productos agrícolas fuera de temporada, cuando los precios son mayores. La elaboración de los alimentos ofrece a los habitantes de los poblados la posibilidad de diversificar sus fuentes de ingresos. Cuando se recolectan los mismos productos agrícolas en un área determinada, la elaboración ayuda a evitar la caída de precios y las pérdidas económicas en temporadas de abundancia. También permite a los productores que cosechan alimentos básicos de bajo valor, agregarle valor a estos productos e incrementar sus ganancias.

EJERCICIOS

1.Teniendo en cuenta su entorno y su municipio responda de forma individual la siguientes pregunta, utilice para esta actividad chat de grupo de whtasapp,llamadas telefónicas o correo electrónico.

Que productos conoce usted que se puedan transformar utilizando como materia prima plátano? escriba su receta por favor y adjúntela con su respectivo diagrama de proceso visto en la fase 2

2.AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la definición del **PRECIO DEL PRODUCTO / SERVICIO** te propongo:

1. Debes retomar los cálculos de costos de fabricación de la FASE II: costos variables – mano de obra – costos / gastos generales de fabricación de los productos y realice el costeo a la receta de plátano seleccionada.

3.2 ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE.

RAP :Alistar las materias primas, insumos y equipos para la elaboración de derivados de plátano de acuerdo al programa de producción

PORQUE TRANSFORMAR ALIMENTOS

Hay muchas ventajas al escoger la elaboración y transformación de alimentos entre las varias actividades generadoras de ingresos:

• **Está al alcance de todos:** cada uno de nosotros conoce bien lo que cultiva, lo que come y hay menos que aprender si se compara con otras actividades; hay pocos aspectos que aprender para iniciar. La transformación de los alimentos en pequeña escala es indicada particularmente para las mujeres que son las beneficiarias de los programas de desarrollo.

• si se sabe seleccionar correctamente, los alimentos elaborados pueden ser objeto de una fuerte demanda y generar ingresos agregando valor a las materias primas

• los productos agrícolas o animales, materia prima que puede ser transformada, generalmente son de fácil adquisición (y en muchos casos, abundantes)

• entre la gran cantidad de tecnologías de transformación de alimentos, la mayoría se adapta a las operaciones en pequeña escala con un nivel aceptable de inversiones por parte de la población rural

• para comenzar son suficientes los utensilios de cocina; cuando la producción aumenta, se puede fabricar equipos en la localidad, generando empleos

• la mayor parte de las técnicas de transformación respetan el ambiente.

Hay dos categorías de elaboración y transformación de alimentos:

1. **La elaboración primaria**, que sirve para estabilizar los alimentos después de la recolección y, a veces, a transformarlos para un mejor almacenamiento.
2. **el secado de los granos básicos**, la molida de los cereales y la extracción de aceites de semillas.

La preparación y transformación de los alimentos es importante para la seguridad alimentaria de las comunidades rurales, el incremento de la variedad del régimen dietético y como actividad generadora de ingresos y de empleos. Una transformación exitosa en el ámbito de los pueblos puede mejorar la calidad de la vida de los habitantes de los pueblos, a causa de una mayor prosperidad y una mejor nutrición y salud.



Ejercicio

Querido aprendiz siguiendo con nuestro proceso de formación es necesario conocer como desarrolla o ha desarrollado usted procesos de transformación de plátano por favor conteste las siguientes preguntas

- ✓ ¿Realiza usted procesos de transformación en casa con productos de cosecha?
- ✓ ¿En caso afirmativo realcione que productos elabora y cuales son las estaregias para conservarlas.?
- ✓ ¿Como presetaria un producto elaborado a base de plátano?
- ✓ ¿Que producto le gustaría hacer a base de plátano?
- ✓ ¿Que criterios tiene usted en cuenta cuando compra productos para transformar y transformados?
- ✓ Si usted quisera comprar un producto transformado a base de plátano que es lo primero que tendría en cuenta
- ✓ Para el siguiente ejercicio de precio de producto por favor tenga a a mano los conceptos de la guía dos y la guía 3

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la definición del **PRECIO DEL PRODUCTO / SERVICIO** te propongo:

1. Debes retomar los cálculos de costos de fabricación de la FASE II: costos variables – mano de obra – costos / gastos generales de fabricación de los productos
2. Te invito a consultes los precios del mercado, de los productos similares al producto
3. Definir el **OBJETIVO DE LA FIJACIÓN DE PRECIO**
4. Definir el **MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIO**
5. Definir la **ESTRATEGIA DE PRECIO**
6. Con estos parámetros definimos **EL PRECIO DEL PRODUCTO**

Tomar nota en tu agenda – cuaderno de notas y envía la foto al WhatsApp de la formación.



Querido aprendiz para lograr desarrollar de manera pertinente la elaboracion y transformación de plátano, debe tener en cuenta todas las materias primas necesarias para llevar a cabo estos procesos además es muy importante que tenga en cuenta las siguientes definiciones.

Lo primero que debemos tener en cuenta son las cacarteristicas de la materia prima

A nivel industrial es necesario cierto tipo de productos que favorecen la conservacion de los productos llamados **aditivos** adicionalmente querido aprendiz es necesario que usted se relacione con las siguientes deficniciones necesarias para todos los procesos de elaboración y transformación de alimentos.

ADITIVO ALIMENTARIO: Cualquier sustancia que como tal no se consume normalmente como alimento, ni se usa como ingrediente básico, tenga o no valor nutritivo; y cuya adición intencional al alimento con fines tecnológicos, incluidos los organolépticos, en sus fases de fabricación, elaboración, preparación, tratamiento, envasado, transporte, empaquetado o almacenamiento, resulte o pueda preverse razonablemente que resulte

directa o indirectamente, por si o sus subproductos, en un componente del alimento o un elemento que afecte sus características. Esta definición no incluye los contaminantes ni las sustancias añadidas al alimento para mantener o mejorar las cualidades nutricionales. (En adelante, para efecto de la presente guía, se utiliza la expresión aditivo). Es posible que haya sustancias listadas como coadyuvantes y que en procesos determinados cumplan función de aditivo.

ADITIVOS SECUNDARIOS: Se entiende a los aditivos que hacen parte de una preparación de aditivos (mezcla de aditivos), que cumplen una función tecnológica en la preparación, más no en el alimento o materia prima en la que va a ser empleada, pudiendo haber transferencia.

Conservantes

La principal causa del deterioro en el plátano procesado es la presencia de microorganismos (bacterias, levaduras y mohos). El daño microbiano de los alimentos produce pérdidas económicas para los que fabrican productos a base de plátano, por este motivo se hace necesario el uso de conservantes en los diferentes productos que se procesan, además, los alterados pueden resultar muy perjudiciales para la salud del consumidor.

Sorbato de potasio

Tiene un gran poder para inhibir el desarrollo de mohos y levaduras, este se utiliza para conservar de todo tipo de alimentos (bebidas, caramelos, productos de confitería, conservas vegetales, zumos, entre otros). Se recomienda que la cantidad requerida para mantener un producto sea 1gr x kg de la masa total del producto.es de aclarar que para productos hechos en casa no es necesario utilizar estos aditivos, los aditivos se deben utilizar en producciones grandes para no perder la produccion, recuerde que estas son sustancias qe deben tener un buen manejo por parte del manipulador en lo posible no exceder el 1% ideal utilizar valores del 0.5% en el total de la mezcla se puede utilizar una regla de tres así

Ejemplo para preparar 1 kilos

Si 1000 gr → 100%

x → 0.5%

Desarrollo $\frac{1000\ gr * 0.5\%}{100}$ = 5 gramos de producto respuesta se debe aplicar 5 gmaos de producto

Ejemplo para preparar 10 kilos

Si 10 kilos = 10.000 gramos

10.000 gramos → 100%

x → 0.5%

Si 1 kilo =1000 gr y se aplica 0.5 % de sorbato de potasio

Desarrollo

$$X = \frac{10.000\ gr * 0.5\%}{100} = 50\ \text{gramos de sorbato de potasio}$$

Respuesta: en 10 kilos de producto se debe aplicar 50 gramos de sorbato de potasio

Los sorbatos son poco tóxicos, su nivel es menor entre todos los conservantes, por esta razón su uso está permitido en todo el mundo. Metabólicamente se comportan en el organismo como los demás ácidos grasos, es decir se absorben y se utilizan como fuente de energía.

NOTA: RECUERDE SER PRIDENTE Y UTILIZAR ESTOS ADITIVOS SOLO EN CASOS INDICADOS PARA PRODUCTOS DE LARGA DURACION-

Ácido ascórbico

Es agente reductor y antioxidante en el plátano, ayuda a que no se genere pardeamiento enzimático ni que se pierda el sabor característico de la fruta durante el almacenamiento y distribución de los alimentos. Su aplicación es igual 1gr por kilo de producto.

Otros productos naturales que pueden conservar los productos son la

Sal y el Azúcar, productos elaborados con estos materiales duraran poco pero serán sin aditivos, ideales para elaborar productos de fácil salida como las frituras o chips

AROMATIZANTE / SABORIZANTE: Sustancia o mezcla de sustancias, no destinadas al consumo como tales y que se añaden a los alimentos para darles un olor y/o un sabor o para modificar su olor y/o sabor. (Para armonizar la terminología internacionalmente, en adelante para efectos de la presente guía se utilizará la expresión aromatizante).

CLASE FUNCIONAL: Es la función tecnológica que un aditivo alimentario desempeña en el alimento

COADYUVANTE DE ELABORACIÓN: Toda sustancia que no se consume como alimento en si misma y sea utilizada intencionalmente en la transformación de materias primas, alimentos o sus ingredientes para cumplir un determinado propósito tecnológico durante el tratamiento o la transformación y que puede dar lugar a la presencia involuntaria, pero técnicamente inevitable en el producto final, de residuos de la propia sustancia o de sus derivados que no representen ningún riesgo para la salud y que no tengan ningún efecto tecnológico en el producto final.

CODEX: Es un Código alimentario, establecido por la FAO y la Organización Mundial de la Salud, para elaborar: Normas; Códigos de Prácticas; Directrices y otros Documentos, internacionalmente armonizados, encaminados a proteger la salud de los consumidores y fomentan prácticas leales en el comercio.

DOSIS MÁXIMA DE USO –DMU: Es la concentración más alta de un aditivo respecto de la cual se ha determinado que es funcionalmente eficaz en un alimento o categoría de alimentos y que es inocua. Generalmente se expresa como mg. de aditivo por Kg. De alimento.

EXPOSICIÓN ALIMENTARIA: La evaluación de la exposición alimentaria conjuga datos sobre el consumo de alimentos con la concentración del aditivo alimentario presente en el alimento. La estimación resultante de la exposición alimentaria puede compararse entonces con la IDA para el aditivo alimentario, si se dispone de ella, como parte de la caracterización del riesgo. Al evaluar la exposición alimentaria a un aditivo alimentario debe tenerse en cuenta tres elementos:

a) La concentración del aditivo alimentario en el alimento;

b) La cantidad de alimento que se consume; y

c) El peso corporal promedio de la población (en kg).

INGESTA DIARIA ADMITIDA –IDA: Es la estimación de la cantidad de aditivo alimentario, expresada en relación con el peso corporal, que una persona puede ingerir diariamente toda la vida sin riesgo para su salud, entendido éste como la dosis de aditivo que no excede de la Dosis Máxima Permitida, con la certeza razonable de que no será perjudicial para los consumidores.

INSTRUCTIVO: Un instructivo es un texto que tiene como finalidad dar cuenta de manera detallada y minuciosa el paso a paso para desarrollar una actividad específica a través de un listado de instrucciones, explicaciones y pasos a seguir, agrupados, organizados y expuestos de manera concordante y consecutiva para el desarrollo de una actividad bajo los mismos criterios y procedimientos, dándole al funcionario la posibilidad de realizar una tarea específica de acuerdo a lo requerido para cada situación correspondiente bajo los mismos procedimientos y el mismo marco de referencia.

MATERIAL DE BASE: Material de origen: vegetal, animal, microbiológico y/o mineral, a partir del cual se producen aromas o ingredientes alimentarios con propiedades aromatizantes; y que bien puede ser o no un alimento.

PREPARADO DE ADITIVOS: Para efectos del presente instructivo, se entiende como tal, a un producto compuesto por dos o más aditivos, que cumplen una función tecnológica en el alimento listo para el consumo o sus materias primas.

SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE ALIMENTOS -SCA: Es un sistema adoptado por el Codex en la NGAA que está basado en los siguientes principios:

a) Es de carácter jerárquico, lo que significa que cuando se reconoce el uso de un aditivo en una categoría general, se reconoce dicho uso en todas sus subcategorías, a menos que se indique otra cosa.

b) Se basa en descriptores de productos alimenticios tal como se comercializan, a menos que se indique otra cosa.

c) El sistema de clasificación de alimentos tiene en cuenta el principio de transferencia. En consecuencia no es necesario mencionar específicamente en el sistema de clasificación los alimentos compuestos (por ejemplo las comidas preparadas, como la pizza, porque pueden contener, proporcionalmente, todos los aditivos cuyo uso esté autorizado en sus componentes), a menos que el alimento compuesto necesite un aditivo cuyo uso no esté autorizado en ninguno de sus componentes.

d) El sistema de clasificación de alimentos se utiliza para simplificar la notificación de usos de los aditivos alimentarios.

TOXICIDAD: La toxicidad es la capacidad de alguna sustancia de producir efectos perjudiciales sobre un ser vivo.

TOXICIDAD AGUDA: Para efecto de este instructivo, la toxicidad aguda, es el estudio de los resultados adversos que se manifiestan, tras la exposición oral por una sola vez o por repetidas veces a lo largo de 24 horas.

TOXICIDAD CRÓNICA: Para efectos de este instructivo, la toxicidad crónica, son los estudios a exposición continua durante un largo período o una fracción significativa del tiempo de vida de los individuos considerados (más de 90 días).

TOXICIDAD SUBCRÓNICA: Para efecto de este instructivo, la toxicidad sub crónica, son los estudios de los resultados adversos que se manifiestan tras la exposición oral durante 90 días. TOXICOCINETICA: Hace referencia a la manera como se absorbe; distribuye; excreta y en general como se metaboliza (bio-transforma), una sustancia2 .

TOXICODINAMIA: Proceso de interacción de una sustancia con los lugares diana, el modo de acción a nivel tisular, el mecanismo de acción a nivel celular y las consecuencias bioquímicas y fisiopatológicas que conducen a los efectos tóxicos.

Al conocer el significado de los anteriores definiciones continuamos con los la importancia de conocer los componentes de la materia prima en este caso el plátano ver tabla 1

Tabla 1

Tabla de análisis fisicoquímico para plátano

Parámetros	Resultado
Sólidos solubles por lectura refractométrica a 20 °C (Brix)	3,44 ± 1,01
Ph a 20 °C	6,16 ± 0,33
Acidez titulable	0,07 ± 0,01
Humedad	57,34 ± 3,69
Actividad de agua	0,97 ± 0,01

Como se observa en la tabla anterior para el proceso de transformación de alimentos es necesario qu usted tenga a mano las propiedades y los análisis físico químicos de los productos a ulitilizar, de esta forma podrá brindar una trazabilidad al producto . La información anterior puede realizarse en un laborarotorio de alimentos al momento de producir en grandes cantidades asegurando las calidades de la materia prima y poder identificar sus propiedades para el desarrollo del producto final. Si desea complemntar y ver cual es el procedimiento en laboratorio vea el siguiente video

Definición de los anteriores parámetros :

Sólidos solubles totales (sst). el contenido de sst en los frutos se obtiene normalmente evaluando los grados brix del fruto. el sst o contenido de azúcar mide e incluye los carbohidratos, ácidos orgánicos, proteínas, grasas y minerales del fruto.

Grados Brix

La escala Brix se utiliza en el sector de alimentos, para medir la cantidad aproximada de azúcares en zumos de fruta, vino o líquidos procesados dentro de la industria agroalimentaria ya que en realidad lo que se determina es el contenido de sólidos solubles totales, dentro de esta y centrándonos en la industria agrícola, los técnicos siempre hacen referencia al contenido de azúcares y se utiliza para hacer un seguimiento in situ en la evolución de la maduración de frutos y su momento óptimo de recolección.

Acidez

La proporción de ácidos orgánicos varían entre los diferentes frutos. Por ejemplo, las naranjas contienen una gran cantidad de ácido cítrico, uvas contienen tartárico y ácido málico, y los tomates contienen cítrico y ácido málico.

Dependiendo de la relación de ácido, puede haber derivaciones ligeras cuando se mide la acidez. En lugar de medir cada ácido orgánico separado, el ácido orgánico se mide usando un “conversión de acidez total”. Por ejemplo, las uvas contienen una mezcla de ácido tartárico y málico. Mediante la medición de la acidez total y la conversión a ácido tartárico, la combinación de los ácidos se puede medir. Del mismo modo, los tomates contienen una abundancia de ácidos cítrico y málico, la medición de la acidez total y la conversión a cítrico permite obtener el valor de ácido.

La relación entre los Brix y la Acidez

El dulzor de la fruta es a menudo usado para evaluar su calidad. Desafortunadamente, el dulzor no siempre significa que la fruta es sabrosa. Las frutas más deliciosas tienen la proporción adecuada de acidez y dulzura. El ratio Brix-Acid indica los niveles de maduración de las frutas. Brix-Acid ratio = Brix% / Acidez%.

Comúnmente la acidez se determina mediante una valoración también conocida como titulación. El resultado (para el índice de acidez) se expresa como él % del ácido predominante en el material. Ej.: En aceites es el % en ácido oleico, en zumo de frutas es el % en ácido cítrico, en leche es el % en ácido láctico. Con la serie PAL-BX|ACID esta relación azúcar/ácido se muestra pulsando un solo botón, sin necesidad de cálculos complicados y molestos.

Diferencia entre pH y Acidez

El pH es importante para control de microorganismos en alimentos, un pH bajo indica un medio ácido en el cual no pueden sobrevivir los microorganismos. En medios con pH inferior a 4.5 no sobreviven los microorganismos patógenos.

La acidez en alimentos, por otra parte, está ligada a qué puede o no tener una sensación agradable al paladar. Acidez mayor a 4g/l comienza a sentirse como muy ácido.

El monitoreo continuo de estos parámetros llevara al técnico/productor a obtener las mejores cosechas y el óptimo almacenamiento postcosecha de las frutas y hortalizas. PROAIN tecnología agrícola tiene disponible para ti el equipamiento para dar el seguimiento.

4. ACTIVIDADES APROPIACIÓN DE CONOCIMIENTOS.

Materiales: Computador (opcional), móvil celular, servicio de internet, cuaderno, lápiz, bolígrafo.

Otros materiales deacuerdo a metodologia y guía práctica

Elaborar productos a base de platano como elemento fundamental para la unidad productiva

RAP: Elaborar productos a base de plátano según parámetros técnicos y normativa vigente

Desdes tiempos remotos las conservacion de alimentos se ha realizado de múltiples formas y es ahí donde se ha realizado innovación en cada uno de los procesos tanto en el sector rural como industrial ver tabla 2 y 3, las grandes empresas han iniciado con ideas innovadoras es hora querido aprendiz que por medio de este programa de formación apoye su unidad productiva y genere innovación para la venta y transformación de productos de plátano.

TABLA 2

CUADRO 1 **Tipos de transformación al nivel rural**

Categoría	Ejemplos de tipos de transformación
Calentar para destruir enzimas y microorganismos	Hervir, blanquear, tostar, cocer en el fuego, pasteurizar y ahumar.
Eliminar el agua.	Secar, concentrar por ebullición, filtrar, exprimir, comprimir.
Eliminar el calor.	Enfriar, refrigerar, congelar.
Aumentar la acidez.	Fermentar, agregar ácido cítrico o vinagre.
Usar productos químicos para prevenir la actividad de los enzimas y de los microbios.	Salar, concentrar, ahumar y agregar conservantes químicos como el metabisulfito de sodio o el benzoato de sodio.
Proteger contra el aire, la luz, la humedad, los micro-organismos y los animales dañinos.	Embalar / empacar.

TABLA 3

CUADRO 3 **Origen de algunas empresas alimenticias entre las más grandes del mundo**

Año	Empresa
1200	La cerveza Bock fue inventada en el poblado alemán de Einbeck, donde se produce todavía en la actualidad.
1383	La cervecería Lowenbrau fue abierta en Múnich, Baviera donde se produce todavía en la actualidad.
1715	La empresa francesa de destilación de Jean Martell, empezó la producción de aguardiente (brandy,) en Cognac, Francia.
1725	La fábrica de chocolate Rowmtree, tuvo inicio en una tienda al por mayor en York, Reino Unido.
1871	La primera fábrica de margarina fue abierta por Jan y Aniton Jurgens en Oss, Países Bajos.
1876	H. J. Heinz se asoció con su hermano y primo para producir el ketchup y los encurtidos.
1877	Un separador de crema fue inventado por el ingeniero sueco Carl Laval; su compañía hoy se llama Alfa-Laval.
1884	El molinero suizo Julius Maggi introdujo los cubitos de caldo, que luego se convirtieron en los cubitos "Maggi".
1899	La Coca-Cola fue embotellada por primera vez por Benjamin Thomas y Joseph Whitehead en Tennessee, EE.UU., en lugar de mezclar jarabes dulces con agua carbonada en el punto de ventas.

Fuente: Adaptado de Trager, 1996

Actividad individual

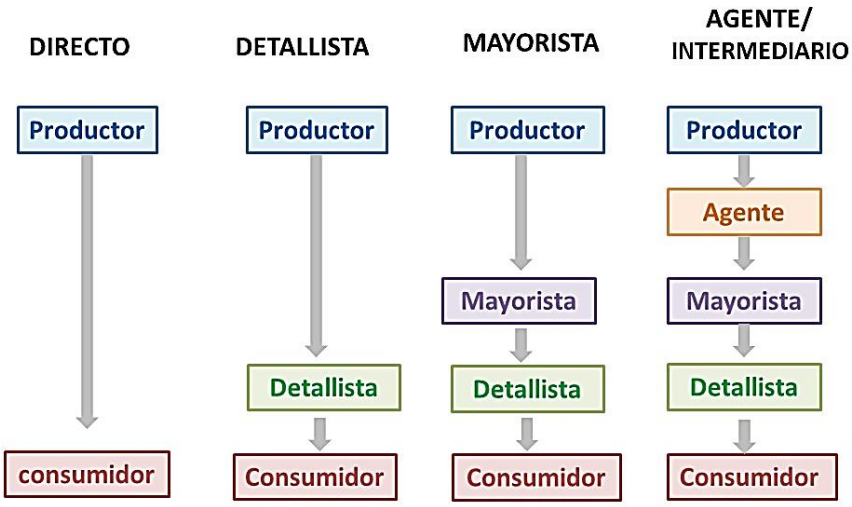
Querido aprendiz teniendo en cuenta la información de la guía y los documentos de apoyo elabore un producto a base de plátano con el cual usted tenga experiencia o sepa hacer en casa

- Siga las indicaciones que se han brindado a lo largo del programa de formación
- Desarrolle un diagrama de flujo siguiendo las instrucciones de su preparación
- Mencione que tipo de conservante utiliza ejemplo sal, azúcar, ahumado etc
- Defina los costos de ese producto y defina un precio de venta
- Recuerde tener todas las normas de bioseguridad y de manejo de las buenas practicas de manofactura en la preparación de alimentos
- Envie una foto o video corto del producto terminado al whtassap del grupo o de la instructora técnica.

4.1.1 CANALES DISTRIBUCIÓN

Aprendiz el canal de distribución es poner el producto a disposición de los consumidores en ***LA CANTIDAD, EL LUGAR Y EL MOMENTO APROPIADOS***, y con los servicios necesarios.

UN CANAL DE DISTRIBUCIÓN ES EL CONDUCTO que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor ***DE LA FORMA MÁS COMPLETA, EFICIENTE Y ECONÓMICA POSIBLE,*** *entiéndase como l*a ruta por la que circulan los productos desde su creación en la Unidad Productiva hasta su consumo por el cliente. Está formado por el conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto hasta llegar a manos del consumidor.



FUNCIONES QUE CUMPLE UN CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- Centralizan decisiones básicas de la comercialización
- Contribuyen a reducir costos en los productos por facilitar almacenaje, transporte, venta en lugares de difícil acceso y no rentables en la Unidad Productiva
- Intervienen en la fijación de precios, aconsejando el más adecuado.
- Tienen una gran información sobre el producto, competencia y mercado.
- Participan activamente en actividades de promoción posicionando el producto en el lugar que consideran más adecuado.
- Intervienen directa o indirectamente en el servicio posventa.
- Colaboran en la imagen de la empresa
- Actúan como fuerza de ventas de la Unidad Productiva

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la definición del **CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO** te propongo:

1. Por favor definir si vas a comercializar el producto de forma directa o con intermediarios



5.ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO.

AMBIENTE REQUERIDO

Ambiente de casa por la emergencia Sanitaria 2020. Computador (opcional), móvil celular, servicio de internet.

Querido aprendiz después de desarrollar as ctividades de la presente guía es hora de poner en practica sus habilidades en los procesos de transformación de materia prima de plátano; para tal fin debe apoyase en los

documentos anexos enviados por la instructora a cargo y aplicar los procedieminetos dispuestos para la elaboración de productos a base de plátanos

5.1 Eaboracion de productos

Querido Aprendiz siga las indicaciones para elaborar en compañía de sus compañeros o de forma individual los procesos que se describen en los documentos anexos como chips de plátano, patacones, harinas, colada, entre otros productos que podrá desarrollar en casa, siguiendo nuestro programa radial por los saberes del campo al aire, estando atentos a las indicaciones del whtassap del grupo y en su defecto llamadas telefónicas personalizadas a la instructora en caso de tener dudas, con gusto ella atendera.

Esperamos en esta fase pueda desarrollar las practicas pertinentes y desarrolle un producto innovador que favorezca el crecimiento de la unidad productiva DELI PLATANO

Ejercicio práctico

- **Para dar cumplimiento a esta fase realice dos de los productos que se desarrollen el presente fase realizando un video con el paso a paso o un colage de fotos de cada uno de los procesos, recuerde tener en cuenta las bienas practicas de manufactura y de elaboración de alimentos, además siga las indicaciones de las guias**
- **Realice un comentario sobre que fue lo que mas le gusto de la guía y cual fue el producto que mas le gusto hacer y porque**

5.2 PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS

PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS son las diferentes actividades y estrategias que comúnmente son utilizadas en el mundo empresarial para impulsar la comercialización de los productos o servicios de la Unidad Productiva. son actividades especiales para estimular la demanda, buscan que los clientes compren y que no son exactamente publicidad o esfuerzos personales de venta, generan que se mueva la caja registradora. Son un Conjunto de ideas, planes y acciones comerciales que refuerzan la venta y publicidad, y apoya el flujo del producto al consumidor

OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN - es incrementar las mismas ventas, sus objetivos más específicos dependen como se administre y a quien se dirija:

1. Objetivo que busca Informar sobre los productos y la empresa a los clientes
2. Objetivo que busca persuadir y direccionar que los clientes compren, busca facilitar a los consumidores la adquisición y disfrute de los productos y servicios ofrecidos



Las acciones de la promoción de ventas se pueden centrar en los canales de distribución o bien sobre los consumidores. La promoción de ventas une, liga la acción publicitaria con la acción vendedora. Tanto la publicidad como la promoción de venta, e incluso la venta activa, tiene un único fin: ***QUE EL CONSUMIDOR ADQUIERA EL PRODUCTO,*** a continuación, se relaciona alguna de las formas de hacer promoción:

• Publicidad (impresa, radio, televisión) • Folletos • Circulares • Anuncios clasificados • Servicio comunitario • Concursos • Cupones • Correo directo • Eventos • Volantes • Muestras gratuitas • Programas de cliente frecuente • Regalos (poleras, bolígrafos y otros artículos publicitarios) • Letreros/exhibiciones al interior de la tienda • Establecimiento de redes	• Boletines informativos • Letreros/carteleras al aire libre • Contacto personal • Cartas personales • Envases de productos • Exhibiciones en lugares de compra • Premios • Relaciones públicas • Divulgación • Ventas relacionales • Ventas • Seminarios • Auspicios • Eventos publicitarios sensacionales • Telemercadeo • Ferias comerciales • Páginas Amarillas • E-commerce – Redes sociales – Comercio Digital

ALGUNAS ESTRATEGIAS QUE PODEMOS APLICAR, RELACIONADAS A LA PROMOCIÓN SON:

- Crear nuevas ofertas tales como el 2 x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio, por la compra del primero.
- Ofrecer cupones o vales de descuentos.
- Obsequiar regalos por la compra de determinados productos.
- Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas.
- Crear sorteos o concursos entre nuestros clientes.
- Poner anuncios en diarios, revistas o internet.
- Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- Promoción en redes sociales
- Participar en ferias.
- Crear puestos de degustación.
- Crear actividades o eventos.
- Auspiciar a alguien, a alguna institución o a alguna otra empresa.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- Crea afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios.

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la definición de la forma de hacer **LA PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS / SERVICIOS** te propongo:

1. Por favor revisar el **SEGMENTO DEL MERCADO – PERFIL DEL CLIENTE** en el instrumento CANVAS
2. Conociendo las características del cliente definir las diferentes formas de hacer la promoción de los productos

Tomar nota en tu agenda – cuaderno de notas y envía la foto al WhatsApp de la formación.



5.2.3 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Es un libro, carpeta, flayer o documento **FÍSICO Y/O DIGITAL** en el cual incluimos la **INFORMACIÓN BÁSICA Y NECESARIA** de nuestro **UNIDAD PRODUCTIVA** para que nuestros clientes o futuros clientes, nos conozcan en el contexto local, regional, nacional o internacional. Hoy en día es muy importante contar con un **PORTAFOLIO DE P/S FÍSICO O VIRTUAL EN INTERNET** como vendedor pasivo de las Unidades Productivas

Con el portafolio informamos a los clientes o potenciales clientes cuál es el trabajo que realiza la Unidad Productiva. Con un portafolio creado de manera completa y con calidad no quedan dudas de qué es lo que se está vendiendo, por eso un buen portafolio ha de ser, antes que nada, directo y competitivo / Debe destacarse ante la competencia y debe llegar al cliente a modo de respuesta ante cualquier pregunta que pueda tener / Se puede decir que un buen portafolio ha de constituir por sí mismo una herramienta de venta, **DEBE ANTOJAR AL CLIENTE.**



GRACIAS A ESTA HERRAMIENTA PODRÁS PRESENTARTE ANTE TUS POSIBLES CLIENTES CAUSANDO DESDE EL COMIENZO UNA BUENA IMPRESIÓN

El portafolio debe incluir una corta descripción sobre la historia de nuestra Unidad Productiva (cómo comenzó, fecha, cómo fue creciendo, etc.) / Objetivos a corto, medio y largo plazo / Visión, Misión, Valores / Productos y servicios que disponemos y sus características / Respaldos de los que dispone la empresa, socios, colaboradores, etc. / Nuestros clientes más importantes / Unido a estos datos, en esta nueva era de la información debemos de informar nuestros medios de contacto: Teléfonos, dirección, correo electrónico, cuenta de Facebook, Twitter, Instagram, Página web donde el cliente puede visitarnos / Si nuestro negocio ha recibido críticas positivas en medios de comunicación y prensa, no olvides reseñar los comentarios e incluir un recorte de periódico donde nos nombraron.

CONSEJOS Y TIPS DE CÓMO HACER TU PORTAFOLIO

- Tu portafolio debe reflejar la identidad corporativa de la Unidad Productiva
- Debe ser sencillo de leer.

- Debe evita que los fondos sean oscuros, los fondos deben ser claros con complementos de otros colores.
- No escriba textos largos, debe ser corto y conciso
- No hagas más de 5 diapositivas - hojas
- Que tu portafolio tenga fotos y videos que respalden tus argumentos
- Te recomendó que no limites tu creatividad con estas guías, ya que no hay nadie que conozca mejor tu UP, se creativo y explora posibilidades.



PUEDES USAR HERRAMIENTAS COMO:

- Procesadores de texto como Word / procesadores de diapositivas como Power Point de Office
- Editores de fotos - videos
- Repositorios de Videos - archivos
- Correo electrónico
- Páginas web – Landin page – blogs
- Redes sociales
- Te sugiero ver VIDEOS TUTORIALES EN YOUTUBE para toma de fotografías con celulares o cámaras – Edición de videos – etc.

ASPECTOS IMPORTANTES

- Existen muchos medios tecnológicos modernos para mantener un portafolio de productos y servicios actualizado y disponible para que nuestros clientes puedan revisarlo en tiempo real.
- Existen herramientas multimedia para gestionar nuestro portafolio:
- **RECUERDA QUE UN VIDEO O UNA IMAGEN VALE MÁS QUE MIL PALABRAS**
- Entre más sencillo y contundente tiene más alcance en nuestros clientes.
- Tenerlo siempre listo, **LOS NEGOCIOS ESTÁN EN TODAS PARTES**.

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información para la construcción del **PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS** te propongo:

1. En tu cuaderno de notas escribe la información que consideras debe llevar el portafolio de tu Unidad Productiva

Tomar nota en tu agenda – cuaderno de notas y envía la foto al WhatsApp de la formación.



5.2.4 PROSPECCIÓN DE CLIENTES

Amigo aprendiz, analiza estos cuestionamientos

- **¿EL VENDEDOR NACE O SE HACE?**
- **¿VENDER ES FÁCIL O DIFÍCIL?**

Cuando inicias las ventas de la Unidad Productiva debes conocer las características, ventajas y beneficios de los productos o servicios que se comercializan, y cuando combinamos ese conocimiento con nuestras habilidades personales, la preparación y disciplina los resultados serán sorprendentes.

La confianza de los aprendices es importante para que puedan darse la oportunidad de probar, experimentar y equivocarse en el proceso de ventas, pero deben practicar y hacer clínicas de ventas dentro de la Unidad Productiva, afuera en el mercado no se puede equivocar en la venta, ¡NO!. Amigo Aprendiz ***RECUERDEN QUE NUNCA HAY UNA SEGUNDA OPORTUNIDAD PARA CAUSAR UN PRIMERA BUENA IMPRESIÓN ANTE UN CLIENTE.***

POR ESO, LA PROSPECCIÓN ES "LA CLAVE DEL ÉXITO" / LA PROSPECCIÓN ES LA GASOLINA DE LAS VENTAS

¿QUÉ ES PROSPECTAR?, es arte de buscar, identificar y contactar clientes calificados; determinar quiénes son y confirmar que tienen una necesidad y un interés inicial por nuestros Productos o Servicios. Hacer una prospección de clientes suena algo extraño, pero en realidad se trata de algo tan simple como ***"BUSCAR CLIENTES POTENCIALES DE UNA FORMA INTELIGENTE".*** Se trata de una actividad necesaria para los vendedores, ya que necesitan reemplazar los clientes que no vuelven, y encontrar clientes nuevos para mantener su emprendimiento. En el momento que ya tenemos un listado importante de posibles clientes se debe priorizar a quienes debe visitar primero.



"… ALGUIEN DIJO ALGUNA VEZ QUE PARA ENCONTRAR UN PRÍNCIPE AZUL HAY QUE BESAR MUCHOS SAPOS …" – EN EL MUNDO COMERCIAL SE DICE QUE "POR 10 PROSPECTOS VISITADOS / 1 CLIENTE HACE LA COMPRA DE LOS PRODUCTOS"

HERRAMIENTAS PARA PROSPECTAR CLIENTES

1. Primero debemos conocer claramente el segmento y perfil de los clientes, conocer los hábitos, preferencias y gustos de consumo
2. Tenemos a disposición herramientas como los contactos del celular, WhatsApp Bussines / redes sociales / Instagram / Perfil o Pagina de Facebook / Marketplace / E-commerce
3. Listados de empresas de cámaras de comercial, agremiaciones, ferias agroindustriales
4. Estrategias de clientes referidos

Con estos datos puedes hacer tu lista de clientes – prospectos de alto potencial y empezar a vender….

AMIGO APRENDIZ, ahora con la información sobre como prospectar clientes para la venta de los **PRODUCTOS Y SERVICIOS,** te propongo:

1. En tu cuaderno de notas escribe un listado de los potenciales prospectos de clientes que vas a visitar como familia / amigos / conocidos y también de los prospectos empresariales en tu municipio y así iniciar las ventas.
2. En tu cuaderno escribe la cantidad de prospectos que identificaste

Tomar nota en tu agenda – cuaderno de notas y envía la foto al WhatsApp de la formación.



6. MATERIALES

Computador (opcional), móvil celular, servicio de internet, cuaderno, lápiz, bolígrafo.

7. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencias de desempeño:	**Participa en la evaluación del proyecto formulado de acuerdo con objetivos programados y necesidades del sector.**	**técnica observación directa** **instrumento: lista de chequeo de desempeño**
	contribuye a la verificación de la viabilidad del proyecto según las necesidades del sector productivo.	**talleres de aplicación** **estudios de caso**
Elabora producto a base de plátano	**Reconoce la normatividad vigente para la producción de alimentos de acuerdo con el tipo de producto**	**instrumento: lista de chequeo de desempeño**
Realizar digaramas de proceso	**Describe el proceso de elaboración de derivados de plátano según criterios técnicos**	**talleres de aplicación**

6. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Agricultor: Persona que tiene por oficio trabajar y cultivar la tierra.

Agroindustria: Industria encargada en el proceso de transformación de la materia prima producida en el campo.

Buenas prácticas de higiene (BPH): Todas las prácticas referentes a las condiciones y medidas necesarias para asegurar la inocuidad y la aptitud de los alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria (3).

Buenas prácticas de fabricación (BPF): Conformidad con los códigos de prácticas, normas, reglamentos y leyes referentes a la producción, elaboración, manipulación, etiquetado y venta de alimentos impuestos por órganos sectoriales, locales, estatales, nacionales e internacionales con el fin de proteger al público de enfermedades, adulteración de los productos y fraudes

Brix: Porcentaje (%) en peso (p/p) de sólidos disueltos (o solubles) en una solución. El cual puede ser medido por medio de un refractómetro o un aerómetro.

Implementación: Una implementación o implantación es la realización de una aplicación, o la ejecución de un plan, idea.

Inocuidad de los alimentos: La garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y/o consuman de acuerdo con el uso a que se destinan

Producción más limpia: Es la aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva integrada a procesos, productos y servicios para incrementar sobre estos la eficiencia y reducir el riesgo para el ser humano y el medio ambiente.

Trazabilidad: Procedimientos que permiten controlar el histórico, la situación física y la trayectoria de un producto o lote de productos a lo largo de la cadena de suministro en un momento dado, a través de unas herramientas determinadas.

Trabajo colaborativo: Se define como aquellos procesos intencionales de un grupo para alcanzar objetivos

MERCADEO: Consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual, determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios
MERCADO: Son los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo.

7. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Basto, C., Constanza, P., & Villegas Estrada, B. (2009). Mis buenas prácticas agrícolas: guía para agroempresarios.
De Bogotá, C.D. C. (2015). Manual flores y follajes.
Hernández, L. (2004). Cultivo de Anthurium. Cultivos tropicales ,25(4),41-51.
Pardo, A.M., Editorial revista Metroflor 17 de marzo 2020
https://www.youtube.com/watch?v=ve3fc_AQvEs como identificar una orquídea.
https://www.youtube.com/watch?v=AxS20Yeygm0 Introducción al mundo de las orquídeas.
https://www.youtube.com/watch?v=R-5EoPf0iBU hábitat de las orquídeas

Decreto 3075 de 1997
RESOLUCIÓN NÚMERO 2674 de 2013
BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA IICA. http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A5294e/A5294e.pdf

WEBGRAFIA

Los alimentos su elaboración y transformación http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/009/Y5113S/y5113s00.pdf. Recueprado julio de 2020

Guía para realizar el estudio de la documentación presentada para evaluación de aditivos; coadyuvantes y saborizantes, no contemplados en la reglamentación sanitaria https://www.invima.gov.co/documents/20143/437446/ASS-RSA-GU06.pdf/b662539f-ff4b-4c17-08c4-8f50d94d5346 Recuperado 30 julio de 2020

http://www.fao.org/fileadmin/templates/banana/documents/Docs_Resources_2015/TR4/cartilla-platano-ICA-final-BAJA.pdf Recuperado 9 Mayo de 2020.
Manejo fitosanitario del cultivo del plátano (Musa spp.) Medidas para la temporada invernal. ICA.2012 Recuperado 11 de mayo de 2020.

dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/enda/ena/2019/boletin_ena_2019-I.pdf. Boletin técnico encuesta nacional agropecuaria ENA.(2019).

8. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**JORGE OLMEDO ORTIZ** **JHENNY YOMARA AGUDELO VALENCIA** **LILIANA OCAMPO YEPEZ**	**INSTRUCTOR COMERCIAL** **INSTRUCTOR AGROPECUARIO** **INSCTRUCTOR ALIMENTOS**	**PROGRAMA SER**	**JULIO DE 2020**

9. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					